

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Pada Rumah Teh “Ndoro Donker”)**



NASKAH PUBLIKASI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

DEWANTO ENDRATAMA
B 100110169

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca naskah publikasi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Pada Rumah Teh “Ndoro Donker”)**

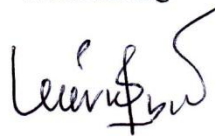
Yang ditulis oleh :

DEWANTO ENDRATAMA
B 100 110 169

Penandatanganan berpendapat bahwa naskah publikasi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 27 Maret 2015

Pembimbing




(Dra. Wuryaningsih Dwi Lestari, M.M)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta




(Dr. Triyono, SE., M.Si)

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk 1) Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan studi pada “Rumah Teh Ngoro Donker”. 2) Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan studi pada “Rumah Teh Ngoro Donker”. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple random sampling di mana peneliti mempunyai pilihan pribadi dalam memilih individu yang akan menjadi anggota sampel. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang ke rumah Teh Ngoro Donker. Metode analisis data penelitian menggunakan uji regresi linier berganda, sedangkan uji hipotesisnya menggunakan uji F, uji t, dan koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

ABSTRAK

This purpose of this research to 1) To analyze the impact of service quality on customer loyalty study on " Rumah Teh Ngoro Donker ". 2) To analyze the effect of customer satisfaction on customer loyalty study on " Rumah Teh Ngoro Donker ". The sampling method used in this study is simple random sampling where the researcher has a personal choice in selecting individuals who will be members of the sample . Respondents in this study is that consumers who come to the Rumah Teh Ngoro Donker . Methods of data analysis using multiple linear regression , whereas the hypothesis test using the F test , t test , and the coefficient of determination (R^2) . Based on the results of the analysis conducted this study indicate that the quality of service and customer satisfaction has a significant influence on customer loyalty .

Keywords : service quality , customer satisfaction and customer loyalty.

LATAR BELAKANG

Dunia usaha dewasa ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, tingkat perekonomian masyarakat yang semakin meningkat berimbas pada peningkatan daya beli masyarakat. Hal ini membuat para pelaku bisnis melakukan berbagai usaha baik dibidang jasa tetapi ada juga bergerak dibidang produk terutama dalam dunia usaha kuliner. Banyak para pengusaha berpikir kreatif dan inovatif dalam membuka dan menjalankan bisnis nya. Ada yang menciptakan rumah makan dengan konsep natural , suasana yang asri, nyaman dan segar, sehingga memunculkan terobosan yang baru dan untuk memuaskan para konsumen yang datang. Para konsumen akan selalu selektif dalam menentukan pilihan berkunjung nya.

Bisnis kuliner biasanya merupakan usaha yang secara turun-temurun dijalankan oleh anggota keluarga dari satu dapat diteruskan dengan yang lainnya. Sehingga bisnis kuliner akan terjaga kelangsungan nya dan cita rasa nya tidak akan berubah karena dikelola secara turun-temurun oleh anggota keluarga yang lainnya. Umumnya masyarakat modern saat ini banyak yang disibukan aktivitas kerja yang sangat padat dan tinggi, yang umumnya dialami oleh para masyarakat yang terletak di sekolahan, perkantoran maupun perumahan. Sehingga itu dapat mengakibatkan mobilitas kegiatan banyak waktunya dihabiskan dan dilakukan diluar rumah, khususnya dari kalangan karyawan, pelajar maupun mahasiswa yang sebagian dari mereka akan mencari ketenangan dan melupakan sejenak aktivitas yang mengganggu mereka setiap hari.

Masyarakat mempunyai cara pemenuhan kebutuhan yang tidak sama artinya mereka mempunyai cara tersendiri untuk memanjakan kebutuhan mereka, terkadang seseorang pergi ke tempat restoran yang berada di kota karena mereka menganggap makanan di kota akan jauh lebih enak dan mewah namun layanan yang mewah tentunya akan mengeluarkan uang yang tidak sedikit. Selain itu ada yang beranggapan bahwa menikmati makanan di sebuah tempat yang jauh dari kota akan sedikit melupakan beban pekerjaan yang ada, mereka memilih tempat untuk bersantai seperti halnya rumah teh yang mempunyai harga yang cukup terjangkau serta memiliki rasa yang enak, khas, dan beda dari rumah makan maupun rumah teh karena terletak di sekitar lokasi kebun teh. Di tengah-tengah tuntutan persaingan bisnis yang semakin ketat memberikan layanan yang berkualitas tinggi merupakan kunci dari keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Menurut Tjiptono (2005) "kepuasan konsumen dapat tercapai bila keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan terpenuhi, maka kepuasan konsumen telah tercipta".

Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama bagi para pengelola usaha agar pelanggan usahanya bertahan dan tidak tergeser oleh persaingan bisnis yang ketat. Sehingga hal yang perlu dilakukan oleh pengelola adalah selalu mendengarkan keluhan para pelanggan dan cepat memperbaiki secara berkelanjutan. Jika para pelanggan merasa puas dengan pelayanannya maka mereka akan merekomendasikan hal-hal yang positif terhadap teman-temannya, kemudian mereka akan kembali lagi lain waktu untuk berkunjung kembali dan mereka akan semakin loyal terhadap produk tersebut.

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan penjelasan latar belakang serta uraian rumusan masalah penelitian ini memiliki tujuan, yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan studi pada “Rumah Teh Ngoro Donker”.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan studi pada “Rumah Teh Ngoro Donker”.

LANDASAN TEORI

1. Pengertian Pemasaran

Sasaran pasar yang tepat akan mampu menciptakan hubungan pertukaran yang sesuai dengan kegiatan pemasaran. Menciptakan pertukaran yang baik dan saling menguntungkan, sehingga sangat berpotensi untuk memperoleh respon dari pelanggan akan menciptakan hubungan manajemen yang baik dalam bidang pemasaran.

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain (Kotler dan Armstrong, 2004).

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak

mengakibatkan kepemilikan apapun (Laksana dalam Agustina, 2012). Di dalam perspektif TQM (*Total Quality Management*) kualitas dipandang secara lebih luas, yaitu tidak hanya aspek hasil yang ditekankan, tetapi juga meliputi proses, lingkungan dan manusia.

b. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan (*Service Quality*) dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*Perceived Service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (Tjiptono dan Chandra, 2005).

3. Kepuasan Pelanggan

a. Definisi kepuasan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkatan yang dialami oleh para pelanggan yang biasanya akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Menurut Lovelock dan Wright (2005) “kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca-pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, netralitas maupun kesenangan”.

4. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan kunci yang paling utama dari perusahaan yang n memenangi suatu pangsa pasar dalam persaingan. Menurut Assauri (2012) “Loyalitas pelanggan merupakan kecenderungan pelanggan untuk

memilih nilai organisasi yang ditawarkan di atas alternatif tawaran organisasi pesaing”.

5. Pengelolaan Loyalitas Pelanggan

Pelanggan merupakan konsumen yang selalu melakukan pembelian atau mengkonsumsi produk yang sedang diperjualbelikan bisa berupa jasa maupun barang. Mempertahankan dan menciptakan pelanggan yang sangat loyal merupakan jantung sebuah bisnis. Manajer akan terus berupaya dan membina pelanggan yang loyal, yang merupakan pelanggan retensi dengan kemampuan untuk dapat memberikan rekomendasi.

6. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas

Pada setiap usaha umumnya selalu memperhatikan kualitas pelayanan nya, karena berhubungan langsung dengan kepuasan yang dirasakan oleh para konsumen yang dapat mengakibatkan konsumen akan loyal terhadap produk kita. Pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap para pelanggan atau konsumen nya dapat dikatakan penting karena baik dan buruknya pelayanan yang diberikan akan sangat berpengaruh terhadap kesetiaan para pelanggan yang datang.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang memutuskan melakukan pembelian di Rumah Teh Ngoro Donker. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang ke rumah Teh Ngoro Donker Karanganyar. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *simple random*

sampling, yaitu teknik sampling di mana peneliti mempunyai pilihan pribadi dalam memilih individu yang akan menjadi anggota sampel. Dalam penelitian ini penulis menggunakan instrumen pengumpul data dengan metode kuesioner. Sedangkan skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala pengukuran yang dikembangkan oleh Rensis Likert atau yang lebih dikenal dengan skala Likert. Metode analisis data yang digunakan yaitu dengan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Kemudian analisis regresi berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi. Dalam penelitian ini menggunakan satu variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan dan dua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan 2 variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan Rumah Teh Ngoro Donker karyawannya cepat dan cekatan dalam menangani kebutuhan pesanan konsumen, selalu menggunakan buku menu makanan dan minuman, melayani dengan baik dan teliti, lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, dan memiliki tempat yang nyaman. Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan puas dengan pelayanan yang cepat dan tepat diberikan, merasa puas dengan kemampuan yang dimiliki karyawan dalam menyajikan pesanan, merasa puas dengan kesopanan dan keramahan, keamanan,

kenyamanan dan kebersihan Rumah Teh Ndoro Donker, dan puas dengan citra rasa makanan dan minuman yang disediakan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan Rumah Teh Ndoro Donker di Karanganyar ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis uji t diketahui bahwa:
 - a. Kualitas pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,930 > 2,000$) atau nilai $sig (0,000) < 0,05 (\alpha)$.
 - b. Kepuasan (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > (6,143 > 2,000)$ atau nilai $t.sig (0,000) < 0,05 (\alpha)$.
2. Hasil analisis uji F diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($58,644 > 4,00$), maka H_0 ditolak, Berarti secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan (X_2) berpengaruh secara bersama terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Teh Ndoro Donker.
3. Hasil analisis uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh *adjusted R square* (R^2) diperoleh sebesar 0,538, berarti variasi perubahan variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan (X_2) berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 53,8%. Sedangkan sisanya sebesar 46,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

KETERBATASAN PENELITIAN

1. Keterbatasan penelitian ini terbatas pada responden yang diteliti yaitu hanya responden atau pelanggan yang datang pada Rumah Teh Ngoro Donker.
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel yang diteliti yaitu sebanyak 100 responden.

SARAN

1. Bagi Rumah Teh Ngoro Donker sebaiknya terus berbenah dalam hal kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen dengan konsumen puas maka juga akan loyal.
2. Bagi peneliti mendatang sebaiknya menambah jumlah variabel yang diteliti dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu tidak hanya kualitas pelayanan dan kepuasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Agustina, Vina. 2012. "Analisis Pengaruh kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Joglosemar Bus (Studi pada Wilayah Semarang *Town Office*)". *Skripsi*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Assauri, Sofjan. 2012. *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi

- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Edisi 6. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro..
- Griffin, Jill. 2003. *“Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kestiaan Pelanggan”*. Jakarta :Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2004. *Prinsip-Prinsip Marketing*. Edisi Ketujuh. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2004. *Dasar- Dasar Pemasaran*. Edisi kesembilan, jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi, Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis*. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christopher dan Wright, Lauren. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa* Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurfarhana, A. 2012. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan PT Telkomsel”. *Skripsi*. Jakarta : Universitas Indraprasta.
- Priyatno, Dwi. 2008 *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Prasetyo,W. 2012. ”Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Swalayan luwes Purwodadi)”. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi, hlm 1-13*.
- Sadi. 2008. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank”. *STIE AUB Surakarta, Vol. 1 No. 2*.
- Singarimbun, Masri dan Sofyan, effendy. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sony, Mahanani. 2010. “Analisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik (Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat)”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Sugiyono. 2001. *Perilaku pembelian Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Rosda.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: penerbit Andi Offset.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, G. 2005. *Service Quality and Satisfaction*. Edisi 2. Yogyakarta Andi

Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Cetakan Ketiga. Malang. Bayumedia.

Umar, Husein. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Baru. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.